

# „Ostrá slova padají z obou stran.“ Užívání metakomunikačních frazémů v současných česky psaných online médiích<sup>1</sup>

Kamila Mrázková (Praha)

## “HARSH WORDS ARE COMING FROM BOTH SIDES.” THE USAGE OF META-COMMUNICATIVE PHRASEMES IN CONTEMPORARY CZECH WRITTEN ONLINE MEDIA

The article deals with the use of phrasemes that refer to, describe or interpret communication in various types of contemporary media texts. Collocations such as “ostrá slova” [harsh words], “ostrá slova padala” [harsh words were uttered], their variants and modifications, and the phraseme “namazat si někoho na chleba” (literally “to spread someone on bread,” approximately “to have someone for breakfast”) were searched in the corpora and subcorpora of the Czech National Corpus, some of these subcorpora being designed to include specific types of online media. Comparison of the relative frequencies of these phrasemes confirmed that their usage varies according to the type of media, with a marked difference between the mainstream on the one hand and online political tabloids and anti-system websites on the other.

### KEY WORDS

verba dicendi, meta-language, meta-communication, phraseme, online media

### KLÍČOVÁ SLOVA

verba dicendi, metajazyk, metakomunikace, frazém, online média

### DOI

<https://doi.org/10.14712/23366591.2025.2.1>

## 1. ÚVOD

Grantový projekt *Česká frazeologie a proměny jejího užívání v dobových a žánrových kontextech*<sup>2</sup> si mj. klade otázku, zda a jak se liší kontexty užití stejných víceslovných lexikálních jednotek v různých typech textů a v různé době. Jinými slovy, nakolik je užívání frazémů podmíněno dobově, žánrově, ideologicky atp. V této studii se zabývám frazémy, jež se užívají v současných psaných online médiích k referování ke komunikaci a o komunikaci, a zajímá mě, zda se jejich úzus liší v závislosti na žánrech či kategoriích médií, jaké představují např. „tradiční publicistika“, „bulvár“, „politický bulvár“ či „antisystémové weby“. Článek je založen na srovnání frekvence vybraných

1 Studie byla podpořena grantem *Česká frazeologie a proměny jejího užívání v dobových a žánrových kontextech* 24-10254S.

2 Srov. Grant GA ČR 24-10254S | Český národní korpus.



spojení v odlišně tvořených korpusech Českého národního korpusu,<sup>3</sup> těžištěm je přitom zkoumání těchto frekvencí v nedávno zveřejněných korpusech Online2, tedy korpusech současných online mediálních textů<sup>4</sup> a především v jejich subkorpusech vytvořených na základě atributu media.type, odpovídající kategorizaci médií navržené J. Šlerkou (2018)<sup>5</sup> v reakci na vznik tzv. antisystémových webů a obecně rozšíření nových typů masových médií na internetu.

## 2. VÝCHODISKA. TERMINOLOGIE. DATA.

### 2.1 METAFORICKÉ KONCEPTUALIZACE

Metaforické konceptualizace politiky a politické komunikace jako boje, užitě a zvýrazněné v příkladu (1) (tučně i v dalších příkladech KM), jsou v médiích běžné. Z pohledu kognitivní lingvistiky tu dochází k průniku dvou cílových oblastí (Lakoff — Johnson, 1980), tj. politického jednání a verbálního sporu, jež jsou obě konceptualizovány pomocí stejné zdrojové oblasti — tou je zápas, boj, válka, popř. sportovní zápas či hra (v českém kontextu srov. Chrz, 1999).

- (1) *Politická konstelace ne vždy dovolí veřejnému činiteli, aby nahlas přemýšlel o svých plánech a potenciálních variantách a nechal se pak **rozstřílet svými oponenty**. Takový **průzkum bojem** často **přináší příliš velké ztráty**.* (Lidové noviny, 1996)

Konceptualizace sporu, argumentace a hádky jako boje je podle I. Vaňkové (2007, s. 147) jednou z podob ontologické metafory, v níž je „sdělení / komunikát / informace / replika (tj. to, co se říká)“ pojímáno jako „věc“. „Vzájemné posílání či přenášení této věci“ v tomto případě znamená „takovou manipulaci s danou věcí, která druhého může **fyzicky zranit**, zasáhnout (onou věcí je **zbraň**), anebo způsobit jeho **prohru**“ (c.d., s. 147, zvýraznění IV). Slova nebo např. vzkazy tak mohou být pojímány jako ostré, resp. tvrdé předměty, jako v mediálních titulcích v příkladech (2) a (3).

- (2) *Klaus mladší **řádil** kvůli generálu Pavlovi. **Padala ostrá slova**.* (Globe24.cz, 9. 11. 2019)

3 Za pomoc a radu při vyhledávání v korpusech děkuji Marii Kopřivové.

4 V české stylistice se tradičně užívá pojem publicistický funkční styl, zároveň je tento termín a někdy i definice objektivních stylů na základě funkce jazyka coby rozhodujícího kritéria kritizována (srov. Mareš, 2016a). „Médii“ a „mediálními texty“ zde dále míním sféru mediální komunikace, jak ji vymezuje Mareš (2016, s. 255): „texty, které jsou prostřednictvím písma šířeny v rámci masových médií [...] a obecně řečeno slouží jednak k informování veřejnosti, jednak k jejímu ovlivňování [...] texty publikované buď v tradičních (klasických) typech médií, tedy v médiích tištěných [...], nebo v médiích webových či (internetových) (též online média)“.

5 K tomu viz oddíl 2.5. a poznámku 16.



- (3) *Nemlčet! Zbabělci způsobí válku. Profesorka Hogenová **tvrdě vzkazuje*** (Parlamentní listy.cz, 1. 7. 2024)

Frazém *padala ostrá slova* odkazuje k formě a intenzitě sporu, podobně je tomu u spojení *tvrdě vzkazuje*. Jiné metařečové a metakomunikační opisy směřují rovnou k výsledku sporu, resp. diskuse, tak, jak tento výsledek, účinek řeči jednoho z komunikujících na druhého, interpretuje autor mediálního textu, resp. mluvčí v primární, reprodukující promluvě. Příklad (5) ukazuje, že zdrojovou oblastí, pomocí níž se podává triumf ve verbálním sporu, nemusí být vždy válka či fyzický boj, ale stačí, že někdo má převahu např. vědomostní, a může tak „vyškolit“ druhého, v příkladu (6) je pak politická komunikace modelována spíše jako soukromá hádka či výchovný zárok dospělých vůči dětem.<sup>6</sup>

- (4) *Já jsem celou dobu čekala, až si **ho Pavel namaže na chleba**, ale zmohl se tak maximálně na nějakou našprtanou poučku* (Parlamentní listy, 27. 1. 2023)
- (5) *Gratuluji, objevil jste Ameriku. Ministr Síkela **vyškolil** Havlíčka ohledně dodávek plynu* (Forum24.cz, 22. 7. 2024)
- (6) *Úmyslně míchá jablka s hruškami, aby pletla lidem hlavu. Schillerová **to schytala od** Kalouska* (Forum24.cz)

Příklady (2)–(6) pocházejí z médií vycházejících pouze online a jde o relativně nové tituly, neobsažené v korpusech tradiční publicistiky řady Syn ČNK; od 1. 4. 2021 jsou ale texty z těchto médií obsaženy v korpusech řady Online2 (viz dále). Některé z nich představují nové typy médií, tj. nové nejen v technickém slova smyslu, ale také žánrově, a lze předpokládat, že tato novost se odráží i v jejich jazyce a stylu. V souvislosti s uvedenými příklady je tedy možné se ptát, zda se i způsob, jímž referují o verbální komunikaci, neliší od toho, který zde reprezentuje příklad (1). V něm je emotivnost (pokud je ještě pocítována) dána právě jen projekcí boje, války do „civilní“ oblasti, není podporována žádnými dalšími jazykovými prostředky. To neplatí přinejmenším o příkladech 4, 5 a 6, neboť metakomunikační vyjádření v nich užitá — sloveso *vyškolit* a frazémy *schytat to a namazat si někoho na chleba* — jsou adherentně expresivní.<sup>7</sup>

6 Slovník spisovné češtiny uvádí frazém *ten to zchytal s významem dostal vyhubováno* a kvalifikátorem *expr.* (<https://prirucka.ujc.cas.cz/?slovo=schytat>). O tom, že frazém spadá do sémantického pole „boj“ či spíše „rvačka“, vypovídají některé z jeho nejfrekventovanějších kolokátů v korpusech Syn v12: *výprask, kopanec, pohlavek, kulka, facka, rána* (KonText — syn v12 / Schytat (Konkordance) — kolokace (korpus.cz)).

7 Emotivnost a/nebo expresivnost jsou v příkladech (2)–(6) přítomny i jinak: ironií citátu v příkladu 5 či slovesem *řádil* v příkladu 2, jež zde také pravděpodobně odkazuje k verbálnímu projevu, a nikoli k fyzické akci.



## 2.2 METAŘEČOVÁ A METAKOMUNIKAČNÍ VYJÁDRĚNÍ A VERBA DICENDI

Metařečová vyjádření v příkladech (3), (5) a (6) (ve všech případech jde o titulky) odkazují k řeči aktérů, jejíž citace — lze se jen dohadovat, nakolik přesná — v titulku předchází. Vztah mezi uvozovanou a uvozovací větou je pouze implicitní: neužívá obvyklé grafické prostředky přímé řeči (dvojtečku, uvozovky), ani prostředky řeči nepřímé, tj. reprodukováná výpověď se nestává vedlejší větou předmětnou v konstrukci s verbem dicendi jako přísudkem věty hlavní. V příkladu (3) o citátovosti první části titulku svědčí vykřičník (*nemlčet!*), v příkladu (5) přítomnost 1. a 2. slovesné osoby, vztah mezi nimi ale vyplývá z juxtapozice a z kontextu, v němž lze slovesům *vzkazuje*, *vyškolil* a *schytl* to přisoudit funkci verba dicendi.

Prostředky, jejichž úzus je zde předmětem zkoumání, představují téma zároveň užší i širší než verba dicendi. Užší proto, že se omezují jen na frazémy, tedy víceslovné jednotky, širší proto, že některé ze zkoumaných frazémů řeč neuvozují, jen k ní referují, a nesplňují syntaktickou část definice verba dicendi, jak ji formuluje F. Daneš<sup>8</sup>, tj. neobsahují „akční sloveso, je[ho]ž agentním participantem (tím, který ve větě s aktivním verbem finitem bude v pozici S<sub>nom</sub>, tedy podmětem) je vykonavatel činnosti, která záleží v užívání jazyka“ (Daneš 1999, s. 105). Jazykové jevy, jejichž frekvence v různých typech textů je zde předmětem výzkumu, jsou tedy metařečové a metakomunikační<sup>9</sup> frazémy, definované jako víceslovné lexikální jednotky referující k řeči, jejímu průběhu, popř. jejímu účinku, interpretující a často hodnotící komunikaci a její účinek z pohledu původce promluvy.<sup>10</sup>

## 2.3 HYPOTÉZA A CÍL VÝZKUMU

Příklady (2)–(6) citované v oddíle 2.1 jsou výsledkem příležitostných rešerší metařečových a metakomunikačních vyjádření z online médií, jako jsou Parlamentní listy.cz, Forum 24 a další. Na jejich základě lze formulovat následující hypotézu: Existují frazémy referující k verbální komunikaci a konceptualizující tuto komunikaci jako boj, jejichž úzus se liší v závislosti na žánru a politickém zaměření média; v němž jsou užívány: konkrétně jsou typické např. pro bulvární média, politický bulvár či tzv. antisystémové weby. Cílem prezentovaného výzkumu je ověřit tuto hypotézu kvantitativně, tj. na základě porovnání relativní frekvence vytipovaných frazémů v jednotlivých korpusech a subkorpusech reprezentujících uvedené typy médií.

<sup>8</sup> Danešovu definici a klasifikaci verb dicendi rozvíjí ve své monografii O. Šoltys (1983), z dalších prací je třeba zmínit alespoň J. Hoffmannovou-Jiříčkovou (1979).

<sup>9</sup> K tomu srov. Hausenblas — Macurová (1983).

<sup>10</sup> V případě výpovědí poukazujících k funkci a účinku promluvy je možné mluvit také o metapragmatických frazémech (k pojmu metapragmatika srov. Hirschová, 2017).

## 2.4 HLEDANÉ VÍCESLOVNÉ JEDNOTKY

Na základě předběžné zkušenosti s novými typy online médií a zkušebního vyhledávání v ČNK jsem pro kvantitativní analýzu vybrala následující spojení a jejich varianty:<sup>11</sup>

*Ostrá / tvrdá / silná / drsná slova*  
*Ostrá / tvrdá / silná / drsná slova padala*  
*Drsný vzkaz*  
*Namazat si X na chleba*

Vyhledávala jsem vždy souvýskyt lemmat v kontextu nejméně tří pozic. Tzn. že např. pro frazém výše zapsaný jako „ostrá slova padala“ byla vyhledávána i užití se slovesem v přítomnosti, budoucnosti a infinitivu, v různých slovosledných variantách, nominální spojení mohla být v singuláru i plurálu, adjektivum také v komparativu a superlativu, a přitom mezi jednotlivými lemmaty mohly být až tři jiné pozice, např.: *A ostrá slova s příměsí arogance padají i odjinud* (Syn v12, Literární noviny) nebo *Ve vzájemných vztazích sousedů ostřejší slova vždy padají* (Syn v12, MF Dnes).<sup>12</sup>

Rozhodnutí zkoumat nejen frekvenci frazémů „ostrá slova“ a „padala ostrá slova“, ale také jejich varianty s adjektivními atributy *tvrdý*, *silný* a *drsný* vyplynulo jednak z výsledků vyhledávání souvýskytů lemmat *padat* a *slovo* v korpusu Syn v12, jednak z předběžné zkušenosti s užíváním výrazů *drsný* a *drsně* v bulvárních médiích. Adjektiva *tvrdý* a *silný* se ukázala být nejfrekventovanějšími konkurenty k adjektivu *ostrý*<sup>13</sup> v pozici shodného atributu, výraz *drsný* sice obecně není tak frekventovaným atributem substantiva *slovo*, ale jeho užívání v bulvárních médiích je nápadné, což potvrzují i výsledky korpusových dotazů — zatímco v korpusu Syn v12 má lemma *drsný* frekvenci 17,42 i.p.m., v subkorpusu *Bulvár\_archive* vytvořeném v korpusu

11 Z hledaných spojení lze v aplikaci ČNK Lemur najít „ostrá slova“, „tvrdá slova“ a „silná slova“.

12 Konkordance, které neodpovídaly hledanému frazému (typicky proto, že daná lemmata byla součástí různých syntagmat, např. *na schůzích akademické obce se vedly ostré diskuse, padala neslýchané odvážná slova proti režimu* (Syn v12, Týden), byly odstraněny ručně.

13 Všechna čtyři adjektiva se jako atributy substantiva *slovo* objevují zčásti v podobných kontextech a jejich význam se v těchto případech překrývá, např. *ostrá, silná, drsná i tvrdá slova* mohou být eufemistickým označením pro vulgarismy (srov. *Známa rebelka se také ohradila proti tomu, že měla na svou obranu použít na internetu i ostřejší slova. „Vulgární jsem rozhodně na nikoho nebyla!“*, Syn v12, Rytmus života). Spojení se všemi adjektivy se používá pro politickou komunikaci, srov. např. *Z velkých ekonomik, jako je Německo a Francie, zní ostrá slova na adresu Evropské komise*. (Online2\_archive, tydenikhrot.cz); *Čeští politici považují Trum-pova tvrdá slova za pouhou součást předvolební kampaně*. (Online2\_now, idnes.cz); *Pravicová koalice sice nehýřila silnými slovy, pro evropskou věc ale udělala to nejdůležitější* (Syn v12, Lidové noviny); *Musíme se modlit, aby prezidentova drsná slova zafungovala*. (Syn v12, Lidové noviny). Vedle toho samozřejmě korpusy dokládají, že jednotlivá spojení mají i významy, v nichž adjektiva zaměnitelná nejsou, např. *silná slova* mohou znamenat také slova velká (*Dábel je možná příliš silné slovo*, Syn v12, Žitkovské bohyně) nebo účinná, mocná (*Čím je pro tebe poezie? Silným, mocným slovem, v nějž pořad věřím.*, Syn v12, Host).



v Online2\_archive je tato frekvence 50,09 i.p.m., tedy téměř trojnásobná (ke způsobu tvoření subkorpů viz následující oddíl).

## 2.5 UŽITÉ KORPUSY A SUBKORPUSY

Pracovala jsem s korpusem ČNK Syn2020, Syn2013\_Pub, Syn v12, Antisystémové weby, Online2\_archive, Online2\_now a se subkorpusem vytvořenými v posledních dvou zmíněných korpusech. Reprezentativní je z těchto korpů pouze Syn2020, protože korpuse Syn2013\_Pub a Syn v12 nejsou vyvážené, obsahují v prvním případě výhradně a v druhém z více než 80 % publicistiku, resp. mediální texty; jsou to však korpuse referenční. Syn v12 zahrnuje všechny dosavadní synchronní korpuse řady Syn včetně korpuse Syn2020 a také do té doby nezveřejněnou publicistiku z let 2020–2022, do 27. 12. 2024 byl se svými téměř 6,24 miliardami pozic nejrozsáhlejším korpusem ČNK.<sup>14</sup> Korpuse Online2\_archive (Cvrček–Jeziorský — Henyš, 2022b) a Online2\_now Cvrček — Jeziorský — Henyš, 2022a) nejsou referenční, protože jsou průběžně aktualizovány. Oba obsahují mediální texty vycházející online, včetně titulů, které doposud nebyly do publicistických korpů řady Syn zahrnovány (např. Parlamentnilisty.cz). Online2\_now tvoří texty z posledního půl roku, obsah je přitom obměňován vždy na konci měsíce. Texty z prvního, chronologicky nejstaršího měsíce se stávají součástí korpuse Online2\_archive, ten je tvořen texty počínaje 1. 4. 2021 a neustále narůstá.<sup>15</sup>

Oba online korpuse klasifikují zdroje textů vedle atributů společných klasifikaci korpů řady Syn navíc podle dalších, specifických atributů. Nejdůležitější z nich je „media.type“. Klasifikace médií na základě tohoto atributu vychází z práce kolektivu mediálního analytika Josefa Šlerky Mapa médií<sup>16</sup> a pracuje celkem s deseti kategoriemi internetové žurnalistiky. Pro účely tohoto výzkumu jsem na základě některých z těchto atributů vytvořila v obou online korpusech celkem jedenáct subkorpů, šest v korpuse Online2\_archive, a to: Hlavní proud\_archive, Politický bulvár\_archive, Bulvár\_archive (tj. „klasický“ bulvár, zaměřený na celebrity), Názorový\_archive, Analyticko-investigativní\_archive a Bulvár\_Market\_archive, a pět v korpuse Online2\_now: Hlavní proud\_now, Politický bulvár\_now, Bulvár\_now, Názorový\_now, Bulvár\_Market\_now.

Jednotlivé subkorpuse jsou odlišeny v názvu slovem *archive*, resp. *now* podle toho, do kterého z online korpů náleží. S výjimkou subkorpů Bulvár\_Market\_archive a Bulvár\_Market\_now odpovídají jednotlivé subkorpuse vždy jednomu media.type, uvedené výjimky jsou tvořeny v rámci příslušných korpů třemi typy médií:

<sup>14</sup> Srov. cnk:syn:verze12 — Příručka ČNK.

<sup>15</sup> Na konferenci Bienále české lingvistiky v září 2024 jsem prezentovala výsledky vyhledávání v korpuse Online2\_archive a v něm vytvořených subkorpusech ze srpna 2024, v tomto textu pracuji s verzemi z listopadu 2024.

<sup>16</sup> Srov. cnk:online:gen2 — Příručka ČNK a Mapa médií (nfnz.cz), podrobně o první verzi též R. Malecký (2018) Mapa českých webových médií. Hlavní proud, bulvár, investigace, dezinformátoři a ti druzí — HlídacíPes.org (hlidacipes.org), Typologie domácích zpravodajských webů (nfnz.cz).



bulvárem, politickým bulvárem a tzv. market-driven media.<sup>17</sup> Vytvoření posledně uvedeného subkorpusu, resp. subkorpusů je motivováno hypotézou, že alespoň některé z hledaných frazémů budou v uvedených třech typech médií užívány podobně. V korpusu Online2\_archive jsem pracovala také s korpusem „Analyticko-investigativní“ (vytvořeným podle příslušného media.type), v korpusu Online2\_now nikoli, protože odpovídající korpus je příliš malý<sup>18</sup> na to, aby z frekvence hledaných frazémů v něm mohly být vyvozovány relevantní závěry.

Nedostatečná velikost je problémem všech subkorpusů Online2\_now — v některých případech i jeden výskyt hledaného jevu přepočtený na milion pozic znamená poměrně vysokou relativní frekvenci. Proto jsou v následujícím přehledu výsledky dotazů v těchto subkorpusech uváděny jen tam, kde jsou spojeny s vyšší absolutní frekvencí jevů a jejich srovnání s jinými subkorpusem je nějak vypovídající.

### 3. ANALÝZA

#### 3.1. OSTRÁ/SILNÁ/TVRDÁ/DRSNÁ SLOVA

##### 3.1.1 OSTRÁ SLOVA

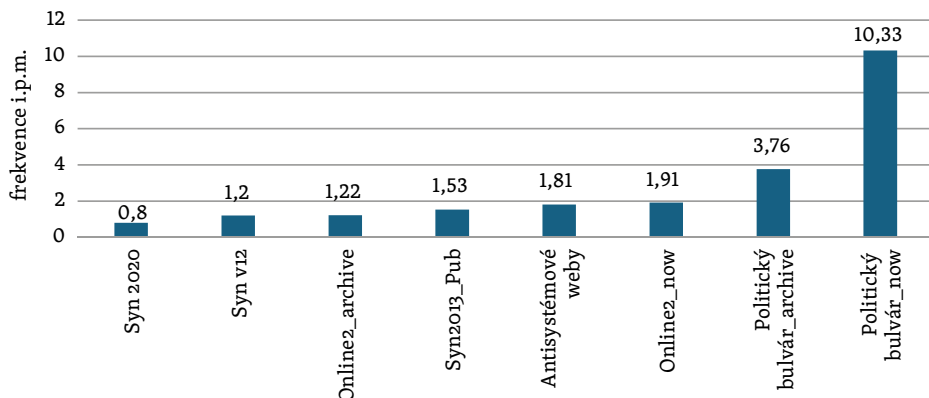
Jak vidíme na grafu (obr. 1) má spojení „ostrá slova“ nejnižší frekvenci ve vyváženém, reprezentativním korpusu Syn2020 (0,8 i.p.m.) a nejvyšší v korpusu Politický bulvár\_now (10,33 i.p.m.). Ten je ovšem relativně malý a výsledky v něm jsou jednak založeny na malém absolutním počtu konkordancí, jednak — jak ukázalo kontrolní hledání v novější verzi korpusu Online2\_now — v jednotlivých aktualizacích výrazně kolísají.<sup>19</sup> Více vypovídající je druhá nejvyšší frekvence tohoto spojení — 3,76 i.p.m. — v subkorpusu Politický bulvár\_archive, založená na absolutním počtu 629 nalezených dokladů.

Graf v obr. 2 ukazuje frekvenci spojení „ostrá slova“ v jednotlivých subkorpusech Online2\_archive v kontrastu s jeho nejvyšší a nejnižší frekvencí vůbec. Potvrzuje se, že „ostrá slova“ jsou publicismus — nejmenší frekvenci mají v korpusu obsahujícím nejmenší podíl mediálních textů — a zároveň publicismus typický pro určitou kategorii médií. Vysokou frekvenci tohoto spojení vykazuje korpus Antisystémové weby (1,81 i.p.m.), všechny subkorpusem tvořené výhradně bulvárními médii a výrazně nejvíce subkorpusem politického bulváru v obou online korpusech. Naopak v subkorpusu Hlavní proud\_archive jsou „ostrá slova“ užívána méně (0,93 i.p.m.) než v klasických

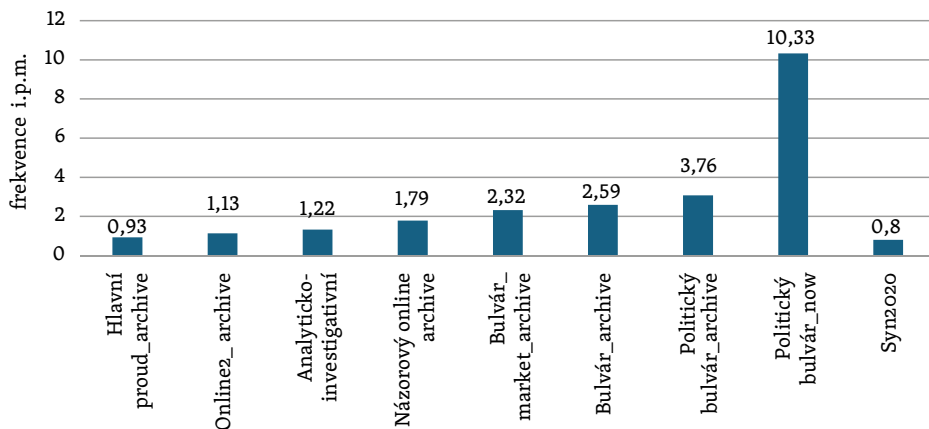
17 Market-driven media jsou v dokumentu Mapa médií charakterizována clickbaitovými titulky a relativně objektivními, přejatými, jednoduše psanými texty, patří sem média jako eurozpravy.cz nebo mix24.cz.

18 Texty označené media.type Analyticko-investigativní tvoří v Online2\_now necelých 7,87 milionu pozic; v Online2\_archive přibližně 34,74 milionu pozic.

19 Uvádím zde data z korpusu Online2\_now a jeho subkorpusů ze srpna 2024, v prosinci 2024 je frekvence spojení „ostré slovo“ v subkorpusu politického bulváru v aktualizovaném korpusu Online2\_now 5,69 i.p.m., tedy přibližně poloviční — stále je to ale relativně vysoká frekvence, druhá nejvyšší ze všech zkoumaných korpusů a subkorpusů.



GRAF 1. Frekvence spojení ostrá slova

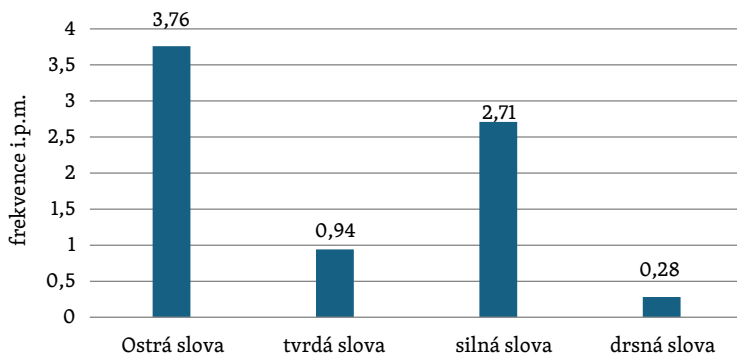


GRAF 2. Frekvence spojení ostrá slova

mediálních korpusech Syn v12 (1,2 i.p.m.) a Syn2013Pub (1,53 i.p.m.); relativně nízká je tato frekvence i v online subkorpusech Analyticko-investigativní (1,32 i.p.m.). Lze to vysvětlit nejspíše tím, že Syn v12 a Syn2013\_Pub jsou z nějaké části tvořeny také bulvárními médii, resp. kategoriemi médií podobnými těm, jež jsou v online korpusech vyčleněny do jednotlivých subkorpusech.

### 3.1.2 „OSTRÁ SLOVA“ VS. „TVRDÁ/SILNÁ/DRSNÁ SLOVA“

Další dva grafy ukazují porovnání frekvence spojení „ostrá slova“ s konkurenčními kolokacemi „tvrdá/silná/drsná slova“ a se spojením „drsný vzkaz“ „Drsná slova“ jsou ve všech (sub)korpusech nejméně častá, „tvrdá slova“ mají ve srovnání s nimi výrazně vyšší frekvenci, ale z těchto čtyř spojení druhou nejnižší ve všech (sub)korpusech (nejvyšší v Antisystémových webech — 1,12 i.p.m.). Frekvence spojení „ostrá slova“ a „silná slova“ svědčí o určité korelaci jejich užívání s typem média. Zatímco „silná



**GRAF 3.** Frekvence spojení *ostrá/tvrdá/silná/drsná slova* v subkorpusu *Politický bulvár\_archive*

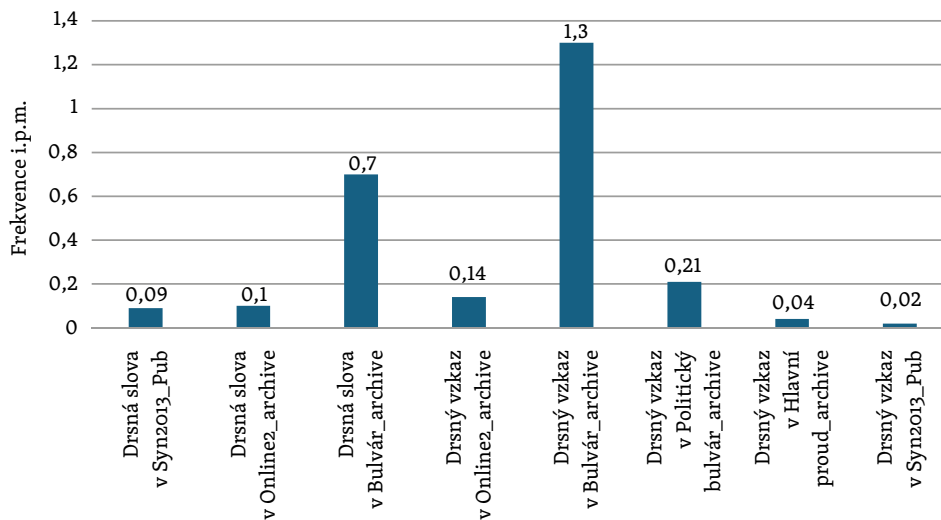
slova“ převažují nad „ostrými slovy“ ve všech hlavních korpusech s výjimkou online korpusů a v online subkorpusech Analyticko-investigativní, Hlavní proud\_now a Názorový\_archive,<sup>20</sup> „ostrá slova“ naopak převládají v online korpusech jako celku a v jejich subkorpusech obsahujících bulvár, s nejvyšším zastoupením v politickém bulváru (srov. graf 3 i výše frekvence uvedené v grafu 2). I toto srovnání tedy potvrzuje, že „ostrá slova“ jsou publicismus specifický pro tematicky, žánrově i názorově vyhraněný typ médií.<sup>21</sup> Ve vyváženém korpusu Syn2020 a v tematicky a žánrově různorodějších publicistických korpusech i tzv. hlavním proudu převažuje spojení „silná slova“ nejspíše mj. proto, že má širší spektrum užití v kontextech, v nichž mu z významových a uzuálních důvodů „ostrá slova“ nekonkurují (např. „mít někde/v něčem silné slovo“<sup>22</sup>)

„Drsná slova“ jsou podle očekávání nejužívanější v subkorpusu *Bulvár\_archive* (0,7 i.p.m.), výše zmíněnou vysokou frekvenci adjektiva „drsný“ v bulváru vysvětlují ale hlavně výsledky hledání kolokace „drsný vzkaz“. Jak ukazuje graf 4, frekvence tohoto spojení je v subkorpusu *Bulvár\_archive* nejvyšší ze všech zkoumaných (sub) korpusů a je téměř dvojnásobná ve srovnání s frekvencí spojení „drsná slova“ v témže subkorpusu. Tamtéž vidíme, že frekvence „drsného vzkazu“ v korpusu tradiční publicistiky Syn2013\_Pub je minimální (0,02 i.p.m.), frekvence „drsných slov“ je tu více než čtyřikrát vyšší (0,09 i.p.m.).

20 V subkorpusu *Hlavní proud\_archive* je frekvence spojení „ostrá slova“ a „silná slova“ téměř stejná (0,93 i.p.m., resp. 0,94 i.p.m), totožný výsledek přineslo zkoumání v srpnu i v listopadu 2024. Pro obě spojení je to v porovnání s ostatními (sub)korpusy nízká frekvence, nižší mají pouze „ostrá slova“ v reprezentativním korpusu Syn2020.

21 Jako anomálie se jeví korpus *Názorový\_now*, ve kterém převažují „ostrá slova“, zatímco v odpovídajícím archivním subkorpusu převažují naopak „silná slova“, a to i ve verzi ze srpna 2024; „silná slova“ mají vyšší frekvenci než „ostrá slova“ i v subkorpusu *Názorový\_now* vytvořeném v aktuálním korpusu *Online2\_now* v prosinci 2024. Lze to vysvětlit tím, že *Názorový\_now* je nejmenší ze všech zkoumaných (sub)korpusů, a výsledky hledání proto nejvíce podléhají náhodě.

22 „Silná slova“ jsou často také slova patetická, dojemná, typické užití je např. „to je příliš silné slovo“.



GRAF 4. Frekvence frazémů *drsná slova* a *drsný vzkaz*

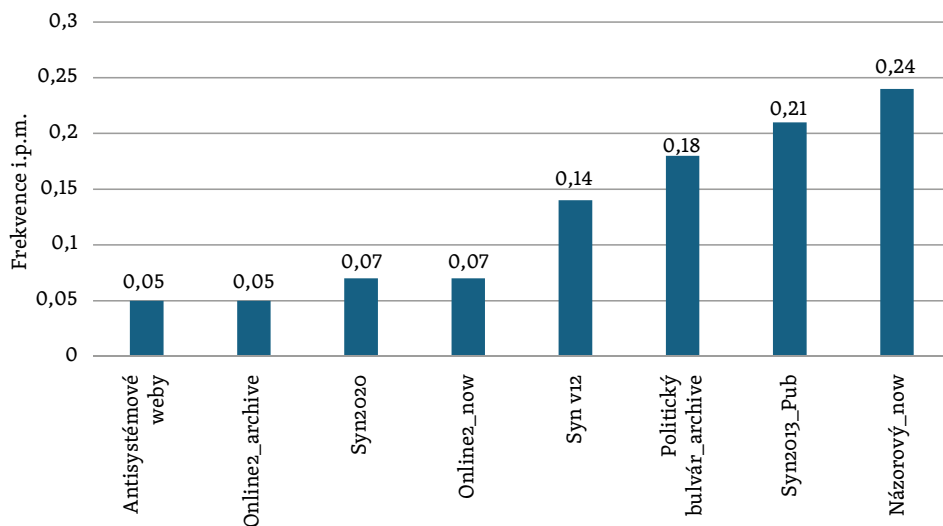
### 3.2.1 „OSTRÁ SLOVA PADALA“

Frekvence tříčlenné kolokace „ostrá slova padala /padají“ atd. je podle očekávání ve všech (sub)korpusech řádově nižší než v případě jeho jmenné části *ostrá slova*. Nejvyšší relativní frekvenci má toto spojení v korpusu *Názorový\_now* (0,24 i.p.m.), v grafu ji však neuvádím, neboť je založena na pouhých třech výskytech, totéž platí pro korpus *Bulvár\_now*. Za významnou lze pokládat frekvenci tohoto spojení v korpusech *Syn2013\_Pub* (0,21 i.p.m.) a *Syn v12* (0,14) a také podle předpokladu v *Politickém bulváru\_archive* (0,18 i.p.m.). Další výsledky je obtížné interpretovat právě vzhledem k malému rozsahu subkorpusek, a tedy i nízké absolutní četnosti výskytů. Např. v korpusu *Antisystémové weby* je menší frekvence spojení *ostrá slova padala* (0,05 i.p.m.) než v reprezentativním korpusu *Syn2020* (0,07 i.p.m.), oba údaje jsou ale založeny na jednotkách výskytů, totéž platí o většině subkorpusek *Online2\_now* a *Online2\_archive*.

Spojení „ostrá slova padala“ je asi také možné považovat za publicismus, je obtížné říci, zda se jeho úzus nějak významně liší od úzu samotných *ostrých slov*. Rozdíly se týkají hlavně malých korpusek s malou absolutní četností výskytu.

### 3.2.2 „TVRDÁ/SILNÁ/DRSNÁ SLOVA PADALA“

V případě konkurujících si spojení „tvrdá/silná/drsná slova padala“ je frekvence jejich užití v jednotlivých (sub)korpusech stejně jako u spojení „ostrá slova padala“ o řád nižší než frekvence příslušných dvočlenných kolokací; tato relativní četnost je přitom v některých (sub)korpusech dána velmi nízkou četností absolutní. Kolokace „drsná slova padala“ se téměř nevyskytuje a tam, kde se objeví, jde o výskyt v řádu jednotek, platí to i pro subkorpus *Bulvár\_archive*, v němž je relativní četnost tohoto



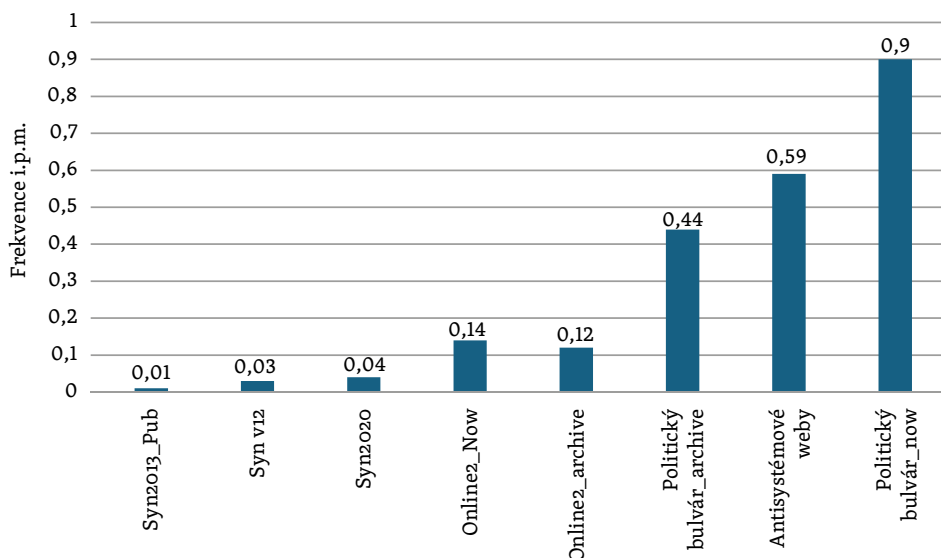
GRAF 5. Frekvence frazému *ostrá slova padala*

spojení (0,02) nejvyšší ze všech zkoumaných (sub)korpusů a je přitom založena jen na dvou užití. Podstatné ale je, že zatímco kolokace „silná slova“ převažovala v sedmi ze sedmnácti (sub)korpusů nad spojením „ostrá slova“ viz výše), ve spojení se slovesem *padat* převažují téměř ve všech zkoumaných (sub)korpusech „ostrá slova“. Svědčí to o silné idiomaticitě spojení „ostrá slova padala“.

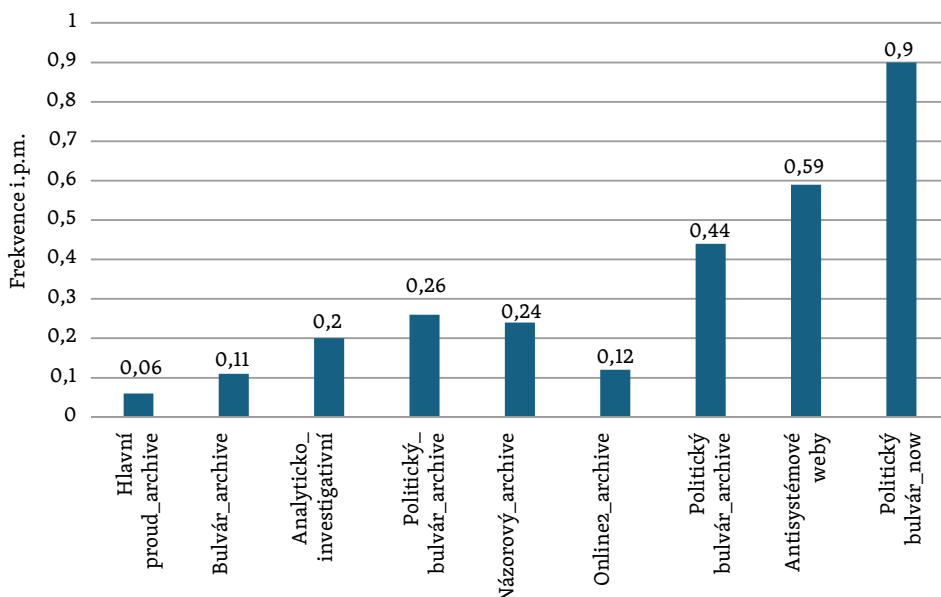
### 3.3.1 „NAMAZAT SI X NA CHLEBA.“

Frazém „namazat si X na chleba“ (viz pozn. 14) byl vyhledáván pomocí zadání lemmat „namazat“, „chléb“ a „na“ v kontextu tří pozic, de facto jde ale o kolokaci pětičlennou. Jeho relativní frekvence je tedy nepřekvapivě ve většině zkoumaných (sub)korpusů minimálně o řád nižší než u dvojčlenných kolokací „ostrá slova a „silná slova“, pro srovnání s relativní frekvencí variant spojení „padala ostrá slova“ takovéto zobecnění neplatí. Zatímco v případě korpusů řady Syn je frekvence spojení „namazat si X na chleba“ velmi nízká, výrazně nižší než u spojení „ostrá slova padala“ (např. 0,04 i.p.m. vs. 0,07 i.p.m. v Syn2020 nebo 0,03 i.p.m. vs. 0,12 i.p.m. v Syn v12), v online korpusech a v některých jejich subkorpusech má frazém „namazat si X na chleba“ vyšší relativní frekvenci. Nejvyšší frekvenci, 0,9 i.p.m., má v subkorpusu Politický\_bulvár\_now, opírá se ale pouze o 20 výskytů. Průkaznější je zastoupení tohoto frazému v analogickém archivním subkorpusu Politický\_bulvár\_archive — 0,44 i.p.m., které odpovídá 73 případům užití, a v korpusu Antisystémové weby — 0,59 i.p.m. s 47 případy. V obou (sub)korpusech jde o několikanásobně vyšší relativní frekvenci než v případě spojení „ostrá slova padala“. Ukazuje se mj., že frazém „namazat si X na chleba“ je — na rozdíl od publicismu „padala ostrá slova“ — skutečně typický pro tzv. antisystémové weby.

Graf 7 pak ukazuje frekvenci frazému „namazat si X na chleba“ v korpusu Online2\_archive a jeho subkorpusech ve srovnání se (sub)korpusem, v nichž byla jeho



GRAF 6. Frekvence frazému *namazat si X na chleba*



GRAF 7. Frekvence frazému *namazat si X na chleba*

relativní frekvence nejvyšší. Nejnižší frekvence tohoto frazému je v subkorpusu Hlavní proud\_archive, i tak je ale výrazně vyšší než ve starších korpusech tvořených převážně nebo zcela publicistikou (0,06 i.p.m. vs. 0,01 i.p.m. v Syn2013\_Pub), relativně nízká je i jeho frekvence v nepolitickém bulváru. Vzhledem k tomu, že tato frek-



vence je relativně vyšší i v subkorpusech reprezentujících názorová média a dokonce i analyticko-investigativní žurnalistiku, lze říci, že užívání frazému „namazat si X na chleba“ se primárně váže k tématu politického konfliktu, přestože svoji expresivitou a zjevnou pokleslostí odpovídá bulvárnímu stylu.

Srovnání frekvence v korpusech řady SYN, obsahujících z velké části starší texty, s online korpusem naznačuje, že užívání frazému „namazat si X na chleba“ v mediálních textech, typicky v souvislosti s debatami politiků, zvláště prezidentských kandidátů,<sup>23</sup> je poměrně nový jev, počátky jeho vzestupu lze datovat přibližně kolem roku 2017.<sup>24</sup>

#### 4. DISKUSE

Kvantitativní analýza potvrdila, že některé metařečové, resp. metakomunikační frazémy jsou skutečně užívány v různých žánrech či typech médií více či jinak než v jiných. To je samozřejmě zjištění velmi obecné a očekávatelné. S jistotou lze říci, že spojení „drsný vzkaz“ je charakteristické pro nepolitický bulvár, kvalitativní analýza by pravděpodobně prokázala, že to souvisí s tím, jak bulvární média reprodukují a někdy zcela konstruují konfliktní komunikaci mezi celebritami. Potvrdilo se také, že frazém „namazat si X na chleba“ se téměř výlučně užívá v současných online médiích a z nich nejvíce v politickém bulváru a na antisystémových webech. V případě spojení „ostrá slova“, „ostrá slova padala“ a jejich variant s adjektivy *silný*, *tvrdý* a *drsný* nejsou tendence v jejich užití tak výrazné a jednoznačně interpretovatelné. „Ostrá slova“ a zvláště frazém „padala ostrá slova“ jsou publicismy, hojně užívané ve všech typech médií, nejvyšší relativní frekvence „ostrých slov“ je sice podle předpokladu v politickém bulváru, pro spojení se slovesem *padat* to však neplatí a rozdíly mezi jednotlivými (sub)korpusem nejsou tak velké jako u frazému „namazat si X na chleba“.

Výzkum témat dotčených a naznačených v tomto článku je možné dále rozvíjet dvěma směry. Jeden představuje výzkum stylu současných online médií, zvláště některých jejich typů, založený na analýze užívání metakomunikačních frazémů a způsobů a prostředků reprodukce řeči vůbec (viz příklady uvedené v 2.1). V takovém výzkumu by bylo třeba spojit kvantitativní a kvalitativní analýzu: případy užití nalezené v jednotlivých (sub)korpusech ukazují, že v různých kontextech nabývají zkoumané frazémy různých významových nuancí a lze je dále třídit také podle tematických kontextů, v nichž se objevují<sup>25</sup> (např. spojení „ostrá slova padala“ nerefereuje

23 Srov. např.: „Zeman se předvolebních debat nehodlá účastnit a jistě mi většina z vás dá za pravdu, že při diskuzi s Drahošem a Horáčkem si je jednoznačně namaže na chleba.“ (Antisystémové weby, svobodnenoviny, 8. 11. 2017)

24 Frazém „namazat si někoho na chleba“ je ekvivalentem anglického „to have someone for breakfast“ a je pravděpodobné, že se jeho užívání šíří vlivem anglofonních médií; přestože není uveden v žádném frazeologickém ani jiném slovníku češtiny, zjevně nejde o kalk z anglického frazému. Ten se ve zkoumaných českých médiích sporadicky vyskytuje také, srov.: „Erdogan si Leyenovou dal prostě k snídani“ (krajskelisty.cz, 16. 8. 2021).

25 Důležité je také, kdo tyto prostředky v daných médiích užívá, zda novináři píšící pro dané médium nebo citované osoby (politiky, novináři z jiných médií atp.; časté jsou citáty postů ze sociálních sítí).



jen k debatám politiků, ale také ke komunikaci sportovců a jejich trenérů a užívá se i v tzv. černé kronice). Podrobnější analýzu by si zasloužily také rozdíly mezi jednotlivými médii v rámci jednoho media.type — např. tzv. názorová média zahrnují tituly ideově odlišné (Forum24, Britské listy, Alarm), nabízí se tedy otázka, zda se jejich názorová různost odráží i v tom, jak reprodukují (nejen politickou) komunikaci.

Druhý, nikoliv však divergentní směr spočívá ve zkoumání variantnosti metakomunikačních frazémů (k variabilitě frazémů srov. Jelínek — Kopřivová et al., 2018). Nominální spojení „ostrá/silná/tvrdá slova“ jsou jádrem slovesného frazému „padala ostrá atd. slova“, zároveň se ale vyskytují i jako součást jiných frazémů. Získaný materiál umožňuje vytipovat další víceslovné jednotky, namátkou „nebát se ostrých slov“, „nejít pro ostré slovo daleko“, či „létala ostrá slova“; pozornost si zaslouží i původem biblický frazém „slova padnou na úrodnou půdu“ a varianty s deminutivem *slovíčko* nebo s dokonavým slovesem *padnout*. Dalším krokem by bylo zkoumání případných aktualizací daných frazémů, např. „tupá slova“.

Oba naznačené směry zkoumání lze také rozvíjet diachronně, tedy pokusit se zjistit, jak užívání daných frazémů variuje v čase: aktuální je to zejména v případě frazému „namazat si X na chleba“, jehož úzus se na základě dosavadních zjištění ukazuje jako relativně nový jev.

## LITERATURA

- CVRČEK, V. — JEZIORSKÝ, T. — HENYŠ, J. (2022a): ONLINE2\_NOW: monitorovací korpus internetové češtiny. Ústav Českého národního korpusu FF UK, Praha 2022 [cit. 2025-01-05]. Dostupný z WWW: <http://www.korpus.cz>.
- CVRČEK, V. — JEZIORSKÝ, T. — HENYŠ, J. (2022b): ONLINE2\_ARCHIVE: monitorovací korpus internetové češtiny. Ústav Českého národního korpusu FF UK, Praha 2022 [cit. 2025-01-05]. Dostupný z WWW: <http://www.korpus.cz>.
- Česká frazeologie a proměny jejího užívání v dobových a žánrových kontextech. GA ČR 24-10254S. URL: <https://jakobson.korpus.cz/dokuwiki/doku.php?id=frape:start>.
- DANEŠ, F. (1999): Verba dicendi a výpovědní funkce. In: F. DANEŠ, *Jazyk a text II. Výbor z lingvistického díla Františka Daneše*. Praha, s. 105–114. [Původně In *Studia Slavica Pragensia Studia*, 1973, s.115–124.]
- HOFFMANNOVÁ-JIŘIČKOVÁ, J. (1979): Metajazyk a metařeč a jejich charakter v díle Karla Čapka. *Slovo a slovesnost*, 40, 4, s. 295–302.
- HAUSENBLAS, K. — MACUROVÁ, A. (1983): Stylizace komunikačních jevů v umělecké próze. Na materiále Povídek malostranských Jana Nerudy. In: S. WOLLMAN (ed.), *Československá slavistika 1983. Literatura, folklór*. Praha: Academia, s. 151–160.
- HIRSCHOVÁ, M. (2017): METAPRAGMATIKA. In: P. KARLÍK, M. NEKULA, J. PLESKALOVÁ (eds.), *CzechEncy — Nový encyklopedický slovník češtiny*. URL: <https://www.czechency.org/slovník/METAPRAGMATIKA> (poslední přístup: 27. 9. 2024)
- CHRZ, V. (1999): *Metafory v politice*. Praha: PsÚ AV ČR.
- Internetová jazyková příručka* [online] (2008–2025). Praha: Ústav pro jazyk český AV ČR, v.v.i. Cit. 5.1.2025. <<https://prirucka.ujc.cas.cz/>>.
- JELÍNEK, T. — KOPŘIVOVÁ, M. et al. (2018): Variabilita českých frazémů v úzu. *Časopis pro moderní filologii*, 100, 2, s. 151–175.
- LAKOFF, G. — JOHNSON, M. (1980): *Metaphors we live by*. Chicago: University of Chicago Press.

- MALECKÝ, R. (2018) Mapa českých webových médií. Hlavní proud, bulvár, investigace, dezinformátoři a ti druzí — *HlídacíPes.org* ([hlidacipes.org](http://hlidacipes.org)), Typologie domácích zpravodajských webů (nfnz.cz)
- MAREŠ, P. (2016): Sféra psané mediální komunikace. In: J. HOFFMANNOVÁ et al., *Stylistika mluvené a psané češtiny*. Praha: Academia, s. 255–294.
- ŠLERKA, J. (2018): Typologie domácích zpravodajských webů. Dostupný z WWW: <https://www.nfnz.cz/studie-a-analyzy/typologie-domacich-zpravodajskych-webu/> (poslední přístup 5. 1. 2025)
- ŠOLTYS, O. (1983): *Verba dicendi a metajazyková informace*. Československá akademie věd.
- VANĚKOVÁ, I. (2007): *Nádooba plná řeči*. Praha: Karolinum.



**Kamila Mrázková** | Ústav translatologie, Filozofická fakulta Univerzity Karlovy |  
Hybernská 3, 110 00 Praha 1  
Ústav pro jazyk český Akademie věd ČR | Letenská 4, 118 00 Praha 1  
ORCID ID: 0000-0002-9382-5305  
[Kamila.Mrazkova@ff.cuni.cz](mailto:Kamila.Mrazkova@ff.cuni.cz)